

**NUEVAS TECNOLOGÍAS ¿VIEJOS USOS? CONSUMOS MUSICALES Y
PRÁCTICAS CULTURALES DE JÓVENES DE SECTORES POPULARES EN
LA APROPIACIÓN DEL ESPACIO PÚBLICO.**

Aliano Nicolás

(FaHCE-UNLP)

nicolasaliano@hotmail.com

López, Mariana

(FaHCE-UNLP)

lopezmariana28@yahoo.com

Welschinger Lascano, Nicolás Sebastián

(FaHCE-UNLP)

nicolachy@hotmail.com

Stefoni, Andrés (FaHCE-UNLP)

jas18dudi@hotmail.com

Guevara, Bárbara

(FAHCE-UNLP)

barbygueva17@hotmail.com

El objetivo de esta ponencia será el de analizar las prácticas socio-culturales que los consumidores de rock de sectores populares ponen en juego en la constitución de sus narrativas identitarias en relación al uso de nuevos medios digitales como Internet, cuyo empleo estratégico posibilita formas de acción directa y la constitución de tramas de sociabilidad que se inscriben en una diversidad escenarios. Para ello nos centraremos en el estudio del consumo del denominado “rock chabón”, partiendo de reconocer como rasgo constitutivo de esta vertiente el establecimiento de una nueva relación entre “productores y receptores”, e intentando poner en discusión cómo la constitución de una trama de sociabilidades directamente ancladas en lo barrial (y de las cuales las banderas, sus relatos, y las narrativas construidas en torno a ellas hacen especial alusión) se articula de manera novedosa con el uso de nuevas tecnologías.

1. Brevísimos estado de la cuestión. Rock chabón, nuevas tecnologías y prácticas sociales

Una serie de trabajos ha analizado cómo en los '90 los sectores populares se incorporan al rock nacional, e imprimen en el movimiento su universo de prácticas, representaciones y valores, transformando el panorama de esta manifestación cultural (Semán y Vila, 1999; Semán, 2005 y 2006). En este sentido, el “rock chabón” como vertiente diferencial, sería una reacción al interior de la propia historia del rock, pero también se explicaría -como pospopulista- en su dependencia e interacción con una matriz cultural populista que hace presente y reelabora (Semán y Vila, 1999). Desde un análisis de la articulación entre interpelaciones musicales y narrativas identitarias en que se inscriben, los autores revelan en qué medida el rock chabón no “refleja” a un actor social previamente constituido, sino que, por el contrario, se vuelve uno de los discursos que mas ayuden a su constitución: la constitución de una identidad imaginaria como “joven de sector popular que no tiene lugar en el proceso neo-liberal post-populista” (Semán y Vila, 1999). De tal modo que para Semán, “el “rock chabón” fue “...antes que un género, una sensibilidad referida a retóricas y estilos musicales que atravesaban los más diversos géneros de rock presentes en el panorama musical de la juventud (Semán 2006a: 205-206). Varios trabajos, en esta senda, estudian algunas características que adopta la vertiente. Se señala la constitución de una nueva relación entre emisor y receptor, en que el público gana centralidad: una *contraescena activa* (Semán, 2005 y 2006), un proceso de *carnevalización* del rock (Alabarces *et al.*, 2008). Se da cuenta de una renovación de sentidos de pertenencia y alteridades a partir de definiciones morales como ser “contestatario”, “descontrolado” (Garriga Zucal, 2008) o “seguidor” (Benedetti, 2008) y se describe un proceso de futbolización del rock (Alabarces y otros 2008; Semán, 2005 y 2006, entre otros), tras el que se estudian algunas *prácticas y valores* transferidos desde las tribunas de fútbol: la elaboración y uso de banderas y bengalas (Salerno y Silva, 2006; Aliano *et al.*, 2009), el “aguante” como categoría física y moral (Salerno y Silva, 2006; Garriga Zucal y Salerno, 2008).

En este marco, Semán y Vila (2008) advierten en “el aguante” y “el descontrol”, los trazos de dos transformaciones socioculturales: *la dispersión de las trayectorias de los sujetos de las clases populares respecto del que antaño era el único recorrido legítimo:*

el de la familia y el trabajo, y el papel que cumplen las industrias culturales ligadas a la música en esta dispersión. Estas transformaciones socioculturales, junto a las posibilidades técnicas de los nuevos modos de acceso y reproducción de música para la individualización creciente del menú musical, mueven a los autores a sostener que, respecto a la situación actual de los géneros populares, se delinearía un panorama de ciertas pautas comunes de apropiación, una “trama común superior” que atravesaría transversalmente los géneros musicales dando cuenta de cierta fragmentación del gusto juvenil, a la vez alimentada de cierta homogeneidad temática (Semán y Vila, 2008). Una “matriz de gestación cultural” compartida (Miguez y Seman, 2006), operaría así como sustrato común en la conformación de pautas de consumo y del gusto juvenil. En este cuadro, el papel de las nuevas tecnologías es una variable en gran parte a estudiar. Se indica que estas tecnologías permiten escenas más circunscriptas e individualizadas del uso musical (Semán y Vila, 2008) y la música gana ubicuidad (Yudice, 2007). Se señala que al tiempo que se puede advertir cierta privatización de la experiencia musical (con el uso de reproductores de mp3, por ejemplo), las mismas tecnologías hacen posible nuevas formas de interactividad y redes de socialización vinculadas a la música (Yudice, 2007). En este sentido, Mabel Tassara sostiene que “la mayoría de las veces la discusión dominante sobre las nuevas tecnologías ha evitado incursionar en cuestiones relativas a los usos específicos de esas tecnologías y que ella se ha planteado a distancia de las diferencias históricas, sociales y políticas que subsisten en los mercados de consumo (...)” (Tassara, 2002: 3). La autora concluye que, “no se conseguirá entender el significado de las nuevas tecnologías de la imagen si no se relacionan con una cultura previa.” Manteniendo esta premisa básica para nuestro análisis, es que intentamos volver sobre los usos concretos (*uso modalizado* en términos de Tassara) de las nuevas tecnologías que interaccionan con los significados y valores de prácticas previas con las que se articulan, y redes de sociabilidad en que se enmarcan. Así, dando cuenta con ello de la dificultad de sostener una visión homogénea (y homogeneizadora) de los usos del medio, se intenta poner en debate la forma en que estos usos se articulan en el marco de una “matriz de gestación cultural” resultante de los diferentes formatos culturales que adopta el pos trabajo (Miguez y Semán, 2006).

La intención de la ponencia entonces, es describir una práctica cultural en la cual es posible advertir como se hace un uso de las llamadas “nuevas tecnologías” (en especial

Internet como medio de comunicación y acceso a la información) que no se puede desligar de prácticas previas con las cuales se articula, y comportamientos históricos en los que la experiencia digital se inserta, es decir, inscribiéndose en redes de sociabilidad que cuentan con una historicidad específica. Es en función de la experiencia de la sociabilidad configurada en cuanto miembros de la comunidad roquera que los consumidores se apropiaran y hará uso de las nuevas tecnologías. Esta sociabilidad que conforma la experiencia de los seguidores puede reconstruirse desde un análisis de la práctica de la producción y uso de banderas, contemplando que las banderas tienen usos contextuales y se conforman en soportes de narrativas.

En tal sentido la estrategia expositiva empleada es la siguiente: en una *primera parte* se describe la práctica de elaboración y uso de banderas, como una práctica compleja, históricamente situada, en la que se ponen en juego no solo manifestaciones estéticas y artísticas de carácter *expresivo*, sino que esta se vuelve un elemento *constitutivo* de las experiencias de jóvenes de sectores populares, que a través de dicha práctica atraviesan el momento ordinario de la vida cotidiana, hacia la experiencia extraordinaria del recital de rock (y viceversa). En una *segunda parte*, una vez historizada y descripta la práctica que conforma nuestro objeto de análisis, se intenta advertir su vinculación -y en gran medida resignificación- con el uso de nuevos medios y tecnologías.

2. La práctica de elaboración y uso de banderas

Al investigar el denominado “rock chabon”, Semán estudia el caso de conjuntos que, como el emblemático ejemplo de *Patricio Rey y sus redonditos de ricota*, “se originaban en una tradición que mixturaba una serie de influencias fuertemente presentes en la cultura de las clases medias urbanas de los años 60 y 70, [que luego] fueron emblemas del “rock chabón” en una curiosa y radical operación de la transformación de una banda por su público” (2006b: 66). En este sentido es necesario puntualizar, de entre las diversas características con que Semán identifica esta vertiente, en el surgimiento de una novedosa relación y división entre “productores” y “receptores”, en la que el público ocuparía un lugar más activo en relación con la banda: “El protagonismo es dividido y desplazado por la aparición de un nuevo actor en el espectáculo: los grupos de seguidores que practican el “aguante” de la misma manera en

que lo hacen las hinchadas de fútbol en relación con su equipo. *Siguen a las bandas en sus viajes* y en los festivales locales, *presentando banderas, bengalas, vestimentas y coros* en una *contraescena* que crea un piso mínimo de público y fervor para la actuación de la banda que está en el escenario” (Semán, 2006a: 214-215, cursivas nuestras). De modo que analíticamente es dentro de este marco que leemos la emergencia de esta *contraescena*, y en particular la práctica del uso de banderas, como producto de la centralidad del público dentro de la específica forma que toma la relación productores/receptores en el estado actual del campo.

Es en este marco interpretativo que se vuelve relevante preguntarnos: ¿Qué es entonces, una bandera, “un trapo”? y ¿cómo funciona, cuál es su *uso*? En primer lugar, entenderemos la bandera como producto cultural, caracterizado por poseer (al menos) una imagen y/o frase tomada de la gráfica o letras de los discos y canciones del artista en cuestión, nombres personales y el barrio o zona de procedencia de la misma. Producto cultural que, en el contexto de recital, adquiere un lugar estratégico (de *visibilidad* generalmente) en torno al que se articulan el individuo o grupo portador de la bandera al “interior” y respecto del “exterior” del mismo (otras banderas, grupos, seguidores, o el artista mismo). A partir de lo que cuentan sus portadores, la bandera remite a un relato identitario que describe su propia historia anclándola en diferentes narrativas.

De esta forma, a partir del concepto de *práctica*, intentaremos articular el funcionamiento de la bandera en contexto de recital, en lo que podríamos llamar su *uso* material, concreto, observable, a la vez que describir las tramas argumentales que se ponen en juego al momento de narrar la historia misma de la bandera, advirtiendo en ello el proceso de construcción de narrativas identitarias de los sujetos. Y esta articulación entre un *uso* y un “anclaje narrativo”, dando cuenta de la imposibilidad de escindir el *uso* de la bandera, de su inscripción en narrativas que la cargan de sentido y orientan el modo de “actuar” la práctica. La estrategia metodológica que asumimos para describir esta –parafraseando a Bourdieu– “doble vida” de la bandera, se basó en un minucioso trabajo etnográfico durante “la previa” y los recitales propiamente dichos de Carlos “Indio” Solari, acontecidos en la ciudad de La Plata en diciembre de 2008, junto con la realización y análisis de 28 entrevistas breves (“relatos de banderas”) a seguidores del artista, realizadas en el contexto del evento y en las que los propios

actores narran y describen la historia de sus banderas, y 15 entrevistas en profundidad realizadas a las mismas personas en los meses posteriores.

3. Las banderas como soporte de narrativas

En el análisis de los relatos que los entrevistados narraron del *por qué* de estas banderas, identificamos al menos tres tipos de narraciones diferenciables que implican distintos tipos de relatos, con distintas temporalidades, que enfocan diversas tramas argumentales vinculadas a lo individual, grupal y comunitario. Dentro de estos tres tipos diferenciables la temática de lo barrial se encuentra presente atravesando al mismo tiempo que constituyendo cada una de éstas. Narraciones que implican usos, reappropriaciones y recreaciones del material estético (los dibujos, imágenes, las letras-poesía) producido por los artistas. No concebimos estas narraciones en cuanto formas puras, ni consideramos que se encuentren presentes en todos los casos simultáneamente, por el contrario, nos basamos en un criterio de clasificación que intenta identificar de que manera una determinada trama argumental predomina sobre otras.

La bandera como soporte de la narrativa biográfica individual

De entre los relatos que los entrevistados nos brindaron, las historias que narran, predominantemente, sobre la relación entre la música de “los redondos” y hechos significantes de sus trayectorias personales, describiremos aquellas que remiten a una temporalidad biográfica. Las explicaciones que los entrevistados nos brindaron sobre la elección y el significado de las frases e imágenes plasmadas en la tela, articulan una apropiación y resignificación de frases de canciones o imágenes de la artística del grupo, en función del juego de ajustes entre los relatos y tramas argumentales que organizan, al tiempo que reconstituyen, sus narrativas identitarias (Vila; 1996).

Así, por ejemplo, leves modificaciones en las frases originales de las canciones se explican en relación a las referencias biográficas de la narración, puntualmente en conexión a recuerdos presentados por los entrevistados como significativos, trascendentes o traumáticos en sus trayectorias personales. Aquí también encontramos que las interpretaciones de las cuales los entrevistados se sirvieron para decidir *qué poner* (o *qué no*) en las banderas, son individuales y se producen o se crean en el ámbito de lo privado y sólo en ciertos estados: “cuando estoy un poco ‘colgado’, después de

una birras”, nos decía Miguel (26 años, Lomas de Zamora). “Solo en casa en silencio ya bañado y limpio después del laburo”, contaba Roberto (35 años, Tandil).

Podríamos afirmar que la necesidad de “emocionarse” se suple al tener materiales que permitan experimentar y luego recrear, a través de las asociaciones de ciertos temas con determinados recuerdos, con determinadas personas, sensaciones placenteras que llevan a Roberto a decir y sentir que “*sin música no existís*”. Es decir que en la construcción del argumento de su narrativa la música cobra un lugar privilegiado, sin el cual difícilmente los entrevistados hubieran podido narrarnos sus trayectorias, su percepción del lugar que ocupan en el espacio social y las categorías con las que se presentan, se proyectan e identifican, en relación a *los otros*.

La bandera como soporte de la narrativa del grupo

La bandera cuando es patrimonio de un grupo, sirve de identificación hacia dentro del mismo y articula un relato en la que todos participan (más allá de los sentimientos más particulares sobre la bandera). Narra la historia tanto de la conformación como del *aguante* del grupo. El relato de la bandera se inscribe en la identidad territorial de sus portadores, así la mayoría lleva pintado el nombre y referencias al barrio. En ellas se reivindica una idiosincrasia barrial que se juzga específica. Generalmente los relatos “barriales” también son “grupales”, si bien no a la inversa. Así la bandera es una manera que encuentra el grupo de amigos para estar presentes, de aparecer, de ser visibles, de relacionarse entre ellos y con los otros.

Haciendo la bandera como nos contaban un grupo de Castelar “para reflejar el amor al grupo”, o “por amor al grupo”, muchos de los entrevistados nos contaron que hicieron la bandera particularmente para tal recital en el que iban a estar todos los integrantes presentes, hecho que por ende valía la pena o era necesario festejar con la confección de una bandera. Como afirmaban los miembros del autodenominado grupo de amigos-seguidores “Alucinados del rock and roll” de Avellaneda. Esta es una manera de expresarse conjuntamente, de decir: “Acá estamos, somos nosotros”.

La bandera como narrativa que juega al interior de la comunidad roquera

En su estudio sobre la construcción de los mecanismos de distinción y diferenciación que los “roqueros” emplean a través de definiciones morales sobre la música, Garriga (2008) utiliza la noción de comunidad propuesta por Brubaker y Cooper para analizar de qué modo entre los roqueros se establece un sistema de redes que los vinculan por la adscripción a una categoría, en este caso la identificación como “ricotero”, junto con códigos, valores, normas y creencias que los miembros comparten entre sí en su sentimiento de pertenencia.

En nuestro trabajo de campo relevamos de qué modo algunas banderas remiten a relatos que se dirigen a, dialogan con, la propia historia de la comunidad roquera y a la comunidad “ricotera” en particular, generalmente con la intención de “dar” un “mensaje”. Como nos narraban un grupo de familiares-seguidores de Tandil, la frase de su bandera “eliminemos el sopapo”, es un mensaje a la comunidad ricotera en sus propios códigos y basado en la propia historia del grupo, con argumentos que se inscriben en torno a las disputas y desmarques sobre el estigma de “violentos” que recae entre los “ricoteros”.¹

Otro ejemplo que ilustra cómo el “mensaje” es destinado a los pares, puede ser visto en la bandera que dice: “El que abandona no tiene premio” donde la excusa que recibimos por parte de su autor ante la negación de respondernos que significado le confería fue: “el que es redondo sabe lo que le estoy diciendo... el que es ricotero entiende” alegando que “es un sentimiento, no se explica se lleva bien adentro” como reza el cántico que a los gritos nos coreaba.

En relación con el diálogo entre las banderas de los miembros de la comunidad y a los “mensajes” a los que remiten estas narrativas, el uso de las otras banderas como referentes, se pone de manifiesto en el caso de los entrevistados de Benavidez que nos explican el por qué de la frase de su bandera es de “un tema inédito de los redondos” en base a que buscaron ser originales y que “hay pocas banderas con inéditos”, así nos narraban su intención:

¹ Vemos como en este ejemplo puntualmente se pone de manifiesto la “naturaleza precaria de la identidad” de la que habla Vila (1996) en función de relevar cómo las luchas por la significación de los términos de la “autenticidad” juega en relación a aquello que significa ser, o no, “ricotero”.

Queríamos algo original, algo que no se vea. Estuvimos mirando fotos de bandera de Córdoba de San Luis, y bueno buscamos algo que no esté. En realidad lo que íbamos a poner primero era “Nadie es capaz de matarse en mi alma”, o algo así, bueno. Y la cambiamos porque la vimos en varias banderas de Córdoba. Y ahí, cámbianos. Nos fijamos que esta no la tuviera nadie. Además, nos dimos cuenta que mucha gente nos pregunta, que no saben de que tema es. Y bueno, es única.

Del análisis de esta tipología se desprende la importancia de la música como “artefacto cultural privilegiado” que aparece con toda nitidez en aquellas tramas argumentales que articulan la interpelación de temas, frase y motivos, en torno a una narrativa biográfica fuerte. A su vez, se vuelve evidente la necesidad de historizar las prácticas de un campo social desde el momento en que las tramas argumentales, del mismo modo que remiten a un relato biográfico personal, dan cuenta de un sedimento compartido en términos de “comunidad ricotera”, como campo continuamente en disputa. Pero como soporte de fondo de estas articulaciones, en la relación entre música e identidades sociales puede leerse, tras la fuerte activación de lo barrial en la constitución de tramas argumentales, las transformaciones recientes de los sectores populares, que da cuenta de la persistencia de la centralidad de la matriz territorial (Merklen, 2005; Svampa y Pereyra, 2004) de conformación de las identidades populares para la Argentina contemporánea.

4. Las banderas en contexto de recital

La “previa” del recital adopta un carácter marcadamente festivo, donde no falta la música –provista generalmente por el estereo de algún auto–, los cánticos, bailes, venta de *merchandising* y rondas en que se toman bebidas varias, se come, se fuma marihuana. Las banderas en este contexto ocupan un lugar central en la territorialidad circumscripita del grupo. Generalmente amarradas entre árboles o extendidas sobre el piso, se disponen de manera que adopten *visibilidad*, y en torno a ellas se organiza el grupo, demarcando a su vez el espacio respecto de grupos contiguos.

Pero la bandera en la previa funciona también como vector de sociabilidad; en este sentido actúa el recurrente pedido de “sacarse fotos” junto al trapo, proferido por

curiosos que deambulan por la zona, y esto siempre es visto como motivo de orgullo por la persona o grupo portador de la bandera, que percibe en ello un “reconocimiento” por el trabajo puesto en el trapo. Allí se generan lazos, se intercambia información, anécdotas, percepciones sobre recitales previos o futuros, en una práctica frecuente y generalizada (el sacarse fotos), por la cual, en el intercambio entre diferentes grupos, incluso se conciben nuevas ideas para *las banderas que vendrán*.

E-¿Por qué la hicieron así, cada dibujo, en particular?

-y... en sí porque representa lo que vivimos cada uno, que se yo... Ahí vos tenés al Pogo, que se yo... no sé... es lo que vos vas viviendo en recitales. Uno mismo va mirando banderas ajenas digamos, ajenas de la gente, y vas rescatando algo de cada cosa o de lo que vivís, porque vos, así como vienen ustedes ahora a arrimarse, nosotros mismos vamos y nos arrimamos a otra gente, y por ahí eso te da una manera de explicarse las cosas que vos... vas aprendiendo, y esto, vos acumulas, y te salen las cosas, que se yo... de última vos te juntas con tu grupo y decís: “bueno, mira, la otra vuelta vimos esto y bueno... vamos a hacer esto porque nos gusta...” Es la verdad, es así... es Los Redondos, digamos; porque el Indio siempre hizo... mas que nada, ¿no? Pero no se ustedes, que andan por todos lados grabando a la gente ¿te dan las mismas explicaciones? ...eso sale de lo que se vive a cada momento... Ya te digo, esta es nueva, y anteriormente teníamos una hecha a mano que la hicimos de borracho, primero que nada, el grupo que nos juntamos y... salió también... “los pibes de 9 de abril”, decía, “Monte Grande”

De modo que la *visibilidad* de la bandera funciona aquí otorgando cierta unidad al grupo, confiriéndole una territorialidad propia y a la vez una proyección frente al conjunto del público, siendo un medio de estrechar lazos con otros seguidores, motivo de orgullo, y marca de pertenencia a una comunidad (“ricotera”) con una historicidad reclamada, de la cual los trapos dan cuenta e intentan poner en juego con sus características peculiares: sus inscripciones, marcas simbólicas (por ejemplo frases de temas inéditos, que como veíamos confieren prestigio y distinción) y otras bastante mas “materiales”, como parches, tajos y remiendos, -señales de banderas “con calle” y trayectoria- y por igual huellas de una historicidad siempre en grados diversos de disputa.

¿Cómo funciona la *visibilidad* de la bandera durante el recital? Las banderas son, en su mayoría, colocadas en las gradas de la tribuna o sobre el tejido que separa a esta del campo de juego, de manera que sean perfectamente sondeables desde allí y el escenario. Por otra parte, otras banderas, las más grandes, recorren todo el estadio pasadas de mano en mano y por sobre la cabeza del público, que al verse cubierto por el trapo busca tocarlo –confiriéndole cierto movimiento ondulatorio- y al verse nuevamente descubierto aplaude en señal de reconocimiento (y tal vez respeto). Estos trapos imponentes son dirigidos por todo un “equipo” de personas, que desde los extremos de la tela y a paso firme regulan los movimientos de la bandera. Se podría decir que las banderas tienen entonces una doble función: por un lado son exhibidas al resto del público funcionando a modo de auto-reconocimiento del papel activo de este dentro del marco del recital; por otra parte, y a la vez, son dirigidas hacia el propio artista, en busca de captar su atención, lograr su reconocimiento, siendo en ocasiones motivo de profundo valor y orgullo para los portadores de una bandera -y así se refiere en varios relatos- que desde *arriba* del escenario se detengan a “nombrar” algún trapo en su singularidad.

...cuando tocó en Go, cuando presentó Luzbelito, el Indio... el Indio la nombró... la nombró, dijo “Bueno, yo se que acá somos visitantes -dijo- y... le agradezco a la gente de Isidro Casanova”, nos nombró la bandera porque estaba... la colgamos... entramos temprano y la colgamos... un pibe amigo nuestro la colgó bien, y la nombró, viste. (Isidro Casanova)

Circularidad de poder e inscripción dentro de una red de reconocimientos e intercambios simbólicos, donde la circularidad incluye como punto de consagración, como punto máximo de obtención de capital simbólico, de *visibilidad*, el nombramiento que viene desde “arriba del escenario”. Es en este sentido que la pregunta por el porque de la centralidad de la bandera como formato soporte de narrativas y experiencias (frente a otras variantes como una remera) se vincula con la posibilidad que este objeto ofrece, en cuanto medio de visibilidad, de “presentación” pregnante hacia los otros, ya sea entre los distintos grupos, al interior de la comunidad imaginaria, o frente al artista. Es en función del uso de la bandera como medio de *visibilidad* que se advierte la

importancia que los entrevistados dan al tamaño de éstas, como también las estrategias para obtener un lugar privilegiado, del tipo “entrar temprano y colgarla bien”, en palabras de varios entrevistados, procurando ocupar algún sitio o punto que la vuelva *visible* desde el escenario y para el resto del estadio.

-¿Cuándo y por qué cambiaron la bandera por una más grande?

-Está viejita ahora, está agujereada, viste pero... a veces la llevamos, viste. Porque a veces hay lugares que no... ponele, nosotros la llevamos a la cancha de Racing, la tuvimos que dejar en una bachita así, alta y tirada para el suelo. No la veía nadie, entendés, no la veía nadie.

El único lugar que no la llevamos... ¡no!, y miento, la llevamos, fue a Uruguay, que no la pudimos colgar porque no había lugar, no había alambre. La tenías que... la desplegamos, viste, así entre la gente; y después cuando la llevamos acá... acá en La Plata... era en el medio del estadio y, no se si ustedes la vieron, hay un video que salió, viste, que la bandera estaba toda... alrededor de todos y cantando...

-¿y qué sentiste cuando viste la bandera?

-Uh, una alegría bárbara. Aparte teníamos una bandera más chiquita, que era la mitad, ¿ves?

Hay dos momentos en todo recital del Indio Solari que parecen ineludibles, “arrancados” y “resignificados” por el público, de los cuales el artista pareciera no poder escaparse, asumiendo el estatuto de “*infaltables*” (en términos de los mismos seguidores) y que pertenecen al momento de cierre del recital: nos referimos a los temas: *Juguetes perdidos* y *Jijiji*, ambos pertenecientes al repertorio de canciones de su ex banda. Si este último (*Jijiji*), cierre indiscutible, es asociado con el momento del *pogo* por antonomasia, su paroxismo “el pogo mas grande del mundo” en jerga ricotera, y a través del cual se expresa una moral que, tal como advierte Garriga (2008) reivindica como valor que es marca de identidad rockera el *descontrol*, el reviente, el aguante, en *Juguetes perdidos* –tema por igual ineludible y generalmente precedente- es el momento de la *contraescena* ritualizada, en la que se exalta la participación del público a través del uso de bengalas, agitación de remeras y, fundamentalmente, exhibición de las *banderas*, de las cuales las más grandes recorren el campo por sobre las cabezas del público.

-ayer ocurrió el error de que entré yo solo a la platea, porque la quería colgar [a la bandera] en un lugar bien, *que se vea...* y cuando entré no tenía lugar abajo, en la parte del césped, viste, del costado de la cancha, ya no había lugar... La tuve que colgar en el alambrado en la reja... como el viento venía para acá, me la empezaba a tirar, y estaba solo yo, porque todos... toda la gente, la otra gente fueron todos al campo... y yo estaba solo, entonces... se me enganchó, se me rompió en la punta, aquella también se me enganchó... bueno, mirá, me corté toda la mano, tengo toda la mano cortada, que me tuve que trepar, sacar la bandera... un quilombo fue... esa la bajé, se la di a un pibe que estaba abajo... le digo bueno, abrila en “Juguetes Perdidos”, por lo menos abrila en “Juguetes Perdidos”.

Finalizado el recital la bandera funciona como *lugar de encuentro*, esto no sólo o no tanto, en el sentido de una forma de promover relaciones sociales, sino mas bien, en la literalidad de la expresión, como punto en que los miembros dispersos en la masa anónima de gente tienen para volver a reencontrarse como grupo en su unidad y emprender la salida conjunta del recital. Vemos allí otra de las formas que adquiere la bandera en tanto *visibilidad* (u otra de las formas de entender la *visibilidad* como rasgo clave para entender la práctica): institución de un lugar visible para re-articular al grupo disperso y emprender la partida. Ante la pregunta ¿por qué querías una bandera?, uno de los entrevistados comentaba:

-Porque... para representar el barrio, para tener un lugar de encuentro. En la tribuna vos tenés la bandera y sabés que ahí es el punto de encuentro y no se pierde ninguno. En Córdoba nos perdimos igual (risas). (...)

-Últimamente no le buscamos un buen lugar porque siempre entramos tarde, entramos sobre la hora y buscamos algún lugar donde podamos verla de abajo, de arriba, y donde nos encontremos ahí.

E- O sea que la cuelgan y ustedes se van para otro lado, no es que están ahí...

-Sí, sí. No, algunos se quedan, otros se van, bajan al campo, suben, bajan, suben, vamos rotando, pero siempre hay alguien que se queda.

E- ¿Se ponen de acuerdo para eso o...?

-Es lo que sale. La bandera está clavada ahí y... vamos con el trapo, colgamos la bandera, y no nos vamos hasta que se reúnen todos, y volvemos todos juntos con nuestra bandera.

-La bandera es un punto de encuentro.

De este modo es posible advertir, en una práctica compleja como la elaboración y uso de banderas, como se articulan usos “materiales” concretos y estratégicos (como el convenir un punto visible de encuentro) con otras formas de la *visibilidad*, usos igualmente estratégicos, ligados a ciertas maneras de relacionarse con el artista y el resto de la “comunidad ricotera” (en esa tensión entre productores y receptores), al igual que a ciertas tramas argumentales que se articulan en narrativas (la bandera como soporte de la identidad grupal, por ejemplo) en lo que sería dable pensar como sus usos “expresivos” simbólicos. Pero entender una bandera como práctica, que articula usos contextuales y dispares, es superar la alternativa de pensarla como mero soporte de identidades ya dadas en un plano previo, que vienen a “expresarse” en una bandera a modo de estandarte, o como pura materialidad para el (re)agrupamiento, sino ver, en su *doble vida*, inescindiblemente material y simbólica, usos que se retroalimentan y van conformando la práctica, articulada en torno a la –siempre contextual- forma estratégica de *visibilidad* que promueva.

En síntesis, y retomando la problemática del punto anterior, se puede leer la emergencia de esta *contraescena* no solo como producto de la centralidad que cobra el “público” dentro de la específica forma que toma la relación productores/receptores en el “rock chabón”, sino también como una dimensión del estudio de la forma concreta que tomo la articulación de una práctica musical a distintas tramas narrativizadas. Analíticamente la existencia de una “doble vida” de la bandera se manifiesta a través del análisis de los modos en que estos grupos se objetivizan y subjetivizan estableciendo relaciones sociales diferenciadas y diferenciales según los contextos. Por ello creemos que desde este enfoque es posible pensarse cómo estos grupos pueden, en este caso a través de las prácticas del uso y producción de banderas, transitar del momento de la experiencia ordinaria de la vida cotidiana hacia la experiencia extraordinaria del recital y viceversa. Introduciendo así ya no sólo la cuestión de lo objetivo y lo subjetivo, sino además el problema de la temporalidad y la marcación de su ritmo e intensidad.

5. Nuevas tecnologías ¿viejos usos? Las banderas y el *banderazo*

El banderazo: la construcción del evento

El acontecimiento del banderazo fue desde la lógica de su convocatoria planteado como una reunión de los miembros de la comunidad más allá del momento del recital. La convocatoria a un “banderazo por los Redondos” se anunciaba, desde una página de internet², de la siguiente manera:

Banderazo por Los Redondos, o mejor dicho Misa Ricotera. Aunque sabemos muy bien que las misas ricoterías, sólo se daban en la época de Los Redondos, en cada show que hacían se lo denominaba Misa por lo que realmente producía en cada uno de nosotros y que lo único posible para entender es participar. Con esto, obviamente la banda NO vá a volver a juntarse, pero si queremos dar a conocer que ésta pasión y que une a miles de corazones y almas, jamás vá a terminar porque es el sentimiento único e inexplicable de millones de almas que comulgamos la misma fé. Y que apesar de que ya NO ESTÉN, siempre vamos a tener esa pequeña ilusión de que algún día Volverán!. O por lo menos dar a conocer, que realmente necesitamos ser escuchados y se den cuenta que necesitamos volver a verlos.

No vá hacer una simple junta, sino algo serio por eso decidimos hacerlo en marzo, y darlo a conocer mediante éste medio de comunicación, y repartiendo volantes en los show tanto del Indio, de Skay y Dawi. .. Estaría buena la idea de que aquellas personas que pudieran colaborar, repartiendo volantes lo haga! Cosa de que sea algo masivo. Y que si es posible, den a confirmar quienes asistirían mandando un mail a la siguiente dirección de correo electrónico Redondos09@hotmail.com, a medida de que vayamos recibiendo mails, con gente que se sume, vamos a ir poniendo un listado.

Ese es el texto que se difundió por los diferentes blogs y que fue el eje de la convocatoria. En esa página a continuación aparecía un video, en el que solo se leían frases que surgían sobre un fondo negro y se escuchaban cánticos: “*jole ole ole, cada*

² www.taringa.net/posts/musica/1781156/Banderazo-Por-Los-Redondos!.html

día te quiero mas.. son los redondos, es un sentimiento, no puedo parar..!". El mensaje del video decía:

Banderazo por los redondos

7 de marzo del 2009 en plaza de mayo 18 hs.

No buscamos solo que se junten..

..sino hacernos escuchar!

Mas info en: www.actiweb.es/poesia_de_ricota

Hagan difundir la info!

Muchas gracias!

..y que por favor, el adiós no se alargue!

Atentamente se les agradece.

La información circuló, y en esa página,³ luego de aquella primera convocatoria y tras el texto inicial se agregó: "Pedimos por favor, que difundan la info. Y que si pueden copiar esto en algún fotolog, o páginas amigas nos harían un gran favor, para que ésto crezca!

Te Esperamos! Gracias." Días después en algunos blogs se reproducía la información, detallando algunas cosas y ampliando la convocatoria. En una página se decía: "Si alguien quiere hacerlo en otra provincia, para que sea un Banderazo Nacional, contactar: redondos09@hotmail.com". En otro blog⁴ se anunciaba:

El día **7 de Marzo a las 18 hs** se llevara a cabo el **Banderazo Redondo**

El punto de encuentro será en el **Obelisco** y de allí saldremos en caravana hasta **Plaza de Mayo**

Por cuestiones de seguridad, ya se ha solicitado permiso a los responsables para q no haya inconvenientes con la policía.

Vale aclarar q el fin del banderazo, si bien todos queremos "q se vuelvan a juntar",

³ www.taringa.net/posts/info/1776711/Banderazo-Ricotero,-7-de-Marzo-2009_.html

⁴ www.fotolog.com/asi_me_das_mas/59933283

no es directamente ese.. sino q es dar a conocer (mas todavia) la pasion y el sentimiento q todos nosotros tenemos x los redondos (L)

El banderazo redondo tambien se realizara en otros puntos del pais, el mismo dia y mismo horario:

- **Posadas, Misiones: Plaza San Martin** (7 de marzo; 18hs)
- **Esquel, Chubut: Plaza San Martin** (7 de marzo; 18hs)
- **Neuquen: Monumento a San Martin** (7 de marzo; 18hs)
- **Rosario, Sta Fe: Monumento Nacional a la Bandera** (7 de marzo; 18hs)

Para mayor informacion pueden entrar en: http://www.actiweb.es/poesia_de_ricota hagan correr la voz.. Q RUEDE LA BOLA!!!

(copy & paste gente.. copense para q ruede la bola xD)

x otro lado.. como siempre.. les dejo para quienes quieran..

■ **MSN**

asimedasmas.pr@hotmail.com

■ **Facebook**

Patricio Rey (ponen asi y el 1er y unico Patricio Rey q aparece.. es el nuestro :P)

■ **Grupo del Facebook**

<http://www.facebook.com/profile.php?id=1171830370&ref=profile#/pages/Patricio-Rey-y-Sus-Redonditos-de-Ricota/38655923098?ref=nf>

besotes redondos y abrazos de ricota..

No es difícil advertir, tras estas transcripciones, la centralidad de las nuevas tecnologías como medio de expresión, comunicación y organización de los jóvenes, en la experiencia particular de llevar a cabo “el banderazo”. La difusión, coordinación y realización del evento dependió, en gran medida, de internet. Allí se articuló una nueva red, en base a un “código” previo compartido, y trayectorias comunes en tanto “seguidores” y partícipes de “la Misa”. A través del uso de “MSN”, “Facebook” o “Grupo de facebook”, se aspiró a lograr “que se ruede la bola” de la convocatoria, empleando estos medios estratégicamente en función de coordinar las acciones entre los grupos de seguidores.

Es allí también, en los foros de opinión y en los diálogos entre páginas, donde se llevó a cabo la disputa en torno a la significación y pertinencia del banderazo. En los comentarios tras la convocatoria inicial, se van delineando dos posturas sobre este:

aquella que lo promueve y se solidariza con su difusión, y aquella otra que lo censura, señalando que esa no es la verdadera “actitud” ricotera: “Dios: Perdoná a la gente... Ricoterios DE VERDAD los veo el 20 y 21 de Diciembre en la Plata⁵, NO un banderazo...”⁶ Este debate “en pro” o “en contra” del banderazo se plasmó finalmente en, por un lado, una toma de posición reprobatoria basada en una crítica hacia la “espectacularización”, -a través del uso de medios como Internet y la congregación más allá del contexto del recital- de un sentimiento que es privado, e intransferible: el sentimiento de ser ricotero, como algo que “no se puede explicar”. Así, en www.mundoredondo.com, en marcado tono reprobatorio y bajo el significativo título de “*Manifestaciones mas allá de lo privado. Con tu tortura de tv..*”, se decía:

(...) Hemos recibido ya varios mails pidiendo la difusión de un evento denominado Banderazo Ricotero para este sábado 7 de marzo, que tendrá ecos similares en diferentes ciudades del interior. También hemos respondido a cada uno de ellos que nuestra postura se aleja a pasos agigantados de manifestaciones de este tipo.

¿Por qué? Porque creemos firmemente que no hay un sustento real detrás de este banderazo, no hay nada que nos identifique como ricoterios.

Los argumentos que han usado en la difusión son variados: “*para hacerle saber a la gente lo que sentimos*”, “*para que vuelvan*”, “*para demostrar que Patricio Rey sigue vivo*”, etc...

Tanto Peto como Rulo creemos que ser redondo es un acto que en su naturaleza primitiva es íntimo, es privado, nace dentro de uno y se vive de manera especial, pero nunca se exterioriza más allá de un show que nos devuelva a la vida. Cada uno entiende las letras de manera distinta, cada uno se transporta musicalmente según las emociones y la mochila que cargue... pero nunca lo hemos visto ni vivido compatible con la necesidad de mostrarle a los demás lo que sentimos, ni mucho menos de pedir que vuelvan a juntarse por simple capricho nuestro.

Hay muchas cosas del hoy que parecen ser modas caníbales, las marchas, las demostraciones populares, los reclamos mediatizados... ser redondo definitivamente no es eso. No tenemos que televisar nada. No tenemos que demostrarle a nadie nada. Mucho menos cuando partidos políticos se visten de fogoneros... ahí es donde todo aquello que

⁵ Hace alusión al recital realizado por el Indio Solari en dicha fecha de 2008 en la ciudad de La Plata.

⁶En: www.taringa.net/posts/musica/1781156/Banderazo-Por-Los-Redondos!.html (comentarios)

parecía un fin nos revela que estamos siendo un medio.

Hasta acá nuestra postura, pero es sólo la nuestra, la de Peto y Rulo. Espero que sepan entender que nuestra esencia ricotera nos hace caminar por otra vereda. Gracias.⁷

Pero en la replica de los organizadores y los defensores del banderazo, se advertía un sentido diferente del uso de los medios, ligado no tanto a un sentido intransferible y privado del ser ricotero, sino a la posibilidad de compartir una experiencia vital, es decir, a partir de la posibilidad de, tras el uso particular de estos medios, recrear en una escena pública el ritual grupal y con el reafirmar un sentido de pertenencia a una comunidad imaginaria:

ATENCIÓN: LEER.

Muchas personas obviamente, llevarían su trapo alentando solo te pido que se vuelvan a juntar, pero ese no ese el objetivo. Sino brindar un Homenaje a no solo la banda más grossa de todos los tiempos. Vamos a celebrar! A cantar, agitar, y hacer lo que nosotros sentimos. Todo no pasa por demostrar siendo ricotero llevando una remera, teniendo foros y páginas de Los Redondos sino serlos, El objetivo es unirnos y conmemorar a la banda que alguna vez estuvo, y aún así estando divididas nos siguen comiendo el coco. ¿Porqué no juntarse en un Show del Indio/Skay/Dawi? La remera ricotera, no se lleva cada vez que toque uno de ellos. Somos ricoteritos desde que nos levantamos hasta que nos acostamos. El fin de esto, es que llegue a sus oídos, por más que ellos ya lo sepan. Que no es necesario pagar \$80, \$35, \$25.

Creo que es más careta y más pelotudo considerarse Ricotero por tener una página de Los Redondos/ un fotolog/foro/etc... Siendo que Los Redondos están completamente en contra de eso, que demostrándolo en una simple junta con gente del palo. Cada uno siente el orgullo Ricotero a su modo, nadie es quién para poner requisitos para formar parte de la misma. La gente que quizás no esté a favor de esto, creo que como también parte del público de Los Redondos deberían aceptar otros puntos de vistas, y dejar celebrar este sentimiento que une a miles de corazones cada cual a su modo.

⁷ www.mundoredondo1.com.ar 08/03/2009

Reitero... NO VAMOS A EXIGIR QUE VUELVAN!

simplemente, vamos a brindarle un pequeño homenaje que quizás no signifique nada para ellos pero aseguro que van a valorar más que el público aún esté con ellos, brindándoles apoyo viniendo de diferentes puntos del país que valorar una página de Internet, donde no la mayoría de la gente vé lo que pasa en el mundo cybernético, y solo publican rarezas ricoterías siendo que ellos están completamente en contra de ese consumo.
www.actiweb.es /poesia_de_ricota 08/03/2009

Así, dentro de los términos de la disputa por la significación de que se entiende por ser o no ricotero, por un lado se construye una narrativa que impugna como legítimo el uso de nuevas tecnologías, asociándolas a una idea de lo público que se liga a la espectacularización “mediática” de los consumos culturales y que deriva en la defensa de una esfera privada de experiencia auténtica. Narrativa que, cabe agregar, se encuentra interpelada por muchos temas y motivos del repertorio clásico que *Los Redondos* popularizó en los 90 (“*divina TV führer*”, es un ejemplo de ello). Por otra parte, la replica de los organizadores del banderazo, construye una narrativa diferente, en la que el papel de las nuevas tecnologías cambia a favor de la posibilidad de hacer un uso activo y descentrado de estas, para intervenir en el espacio de lo público a través de una movilización expresiva de esa experiencia –o pertenencia- que se intenta poner en común.

El acontecimiento

El trabajo de campo durante el día del acontecimiento nos permitió relevar la forma en que efectivamente el banderazo se llevó a cabo como la puesta en acto del conjunto de prácticas de lo que nombramos como “contra escena”.

El escenario de reunión fue en la Capital Federal, más precisamente en la Plaza de la República, ubicada en la intersección de la avenida 9 de Julio y Corrientes, en cuyo centro se erige el obelisco. Los concurrentes al evento se congregaban en parejas, grupos de amigos o grupos familiares. La gran mayoría vestía remeras con dibujos, frases o imágenes que aludían a la iconografía ricotera o del Indio Solari. En un primer

momento la ocupación de la plaza fue dispersa, y a medida que se incrementaba el número de personas la reunión se concentró en una sola de las dos plazoletas en que se divide la plaza. Así es que las banderas fueron acomodadas a lo largo del monumento de dicha plaza que se caracteriza por tener forma de semi-círculo que recorre todo el ancho de la misma y permitió su uso para visibilizar las banderas a todo aquel que pasará caminando o transitará en auto por aquellas avenidas. Leyendo las banderas pudimos saber que la mayoría provenía del conurbano bonaerense (entre ellos, Monte Grande, Avellaneda, Wilde, Lomas de Zamora y Castelar) Otra característica particular del evento fue el uso de cantitos, los mismos que suelen usarse en los recitales, y las canciones de Los Redondos. En un primer momento, los cantos tímidos aparecieron de algunos grupos que quería comenzar a “festejar” aquella reunión. De a poco se fueron generalizando y, a medida que se sumaban nuevas personas, eran recibidas con cantitos que se potenciaban con la constante suma de voces. Pero no sólo se cantaba, el baile, los saltos y el pogo también tuvieron su lugar. Así fue que el centro de la plaza fue el escenario donde se bailaban y se *pogiaban* los cantitos y canciones que se entonaron. Con movimientos de brazos al aire, saltos y choques entre las personas, se fueron generando círculos en cuyo interior se desataba el baile ya mencionado. La sociabilidad entre los grupos era fluida, muchos de ellos, nos comentaron que se conocían por grupos de internet como los fotologs o msn, donde ya habían tenido algún contacto, y que esa era la primera vez que se veían personalmente. También se identificaba un grupo que se enteró del evento a través de algunas radios, como la Mega (98.3) o la Rock and Pop (95.9).

Fue característico el consumo de bebidas alcohólicas y gaseosas, se consumían cervezas en envase no retornable, vino en teta break, Fernet con coca-cola. El consumo era grupal, se juntaba el dinero en una “vaquita”, y algunos integrantes del grupo iban en busca de las bebidas. Esta práctica está muy asociada a las previas del recital, donde el consumo de bebidas alcohólicas es central. Esta centralidad puede percibirse en la conversación que tuvimos con Chiqui y Miguel, quienes se conocieron en el banderazo y coincidían que el recital de La Plata estuvo buenísimo porque estaban re cómodos y había lugares para la provisión de bebidas (Chiqui: “En frente justito teníamos unos chinos así que la pasamos joya” Miguel :“ Si yo también tenía un quiosquín, así en diagonal, ni media cuadra tenía que hacer”). A lo largo del evento se fueron sucediendo

diferentes situaciones que nos parecieron significativas sobre las diferentes tomas del espacio público. Especial atención pondremos al momento en que, una vez que la guardia del ejército bajó la bandera de Argentina del gran mástil que hay en dicha plaza, los ricotereros lograron izar dos de sus banderas de las tantas que había en el lugar. Fue el momento en que se generalizó completamente el baile en el centro de la plaza. Las miradas y los brazos extendidos al cielo (o mejor dicho a las banderas flameando en el mástil frente al obelisco) acompañaron al cantito “Olé, olé olé, olé, olá yo soy redondo que es un sentimiento no puedo parar”, e inmediatamente después comenzaron a cantar “Ji,Ji,Ji”, que podríamos arriesgarnos a decir que es una canción-himno de los seguidores de los redondos. Momento que no puede faltar en ningún recital, cierre esperado por todos, y que aquí enmarcó este momento culmine en la apropiación del espacio público que los seguidores *ricotereros* realizaron en el banderazo.

Así, el banderazo se configura como un momento de autonomización de la convocatoria exclusivamente en los términos del artista. Advertimos una convocatoria por la recreación de una práctica vinculada con el contexto del recital de rock, (pero que además está anclada en ciertas tramas narrativas que le confieren sentido), autonomizándose así de esa *escena*. ¿Qué es lo que los permite *congregarse*? Creemos que es la reactivación de esa *contra escena* (más allá de la escena), en otro marco contextual y poniendo en juego un nuevo régimen de visibilidad vinculado, en este caso, a la irrupción en un ámbito público, el centro de la Capital Federal, en gran parte percibido como extra-ordinario. Pero en tal caso ¿Qué es lo que los permite *reunirse*? Puede pensarse que es el empleo estratégico de nuevos medios, en un sentido de articulación de experiencias a partir de redes de sociabilidades (virtuales) lo que permitió la organización y convergencia en el obelisco.

6. Conclusiones. *Entre la web y el barrio*

Volviendo sobre nuestras palabras, sostuvimos que en el estado actual de los géneros populares es posible advertir ciertas “tramas comunes” de apropiación que se refieren a un cambio en las trayectorias sociales, el papel de los consumos culturales, y la influencia de nuevas tecnologías de producción, reproducción y circulación de música.

A través del desarrollo de la argumentación encontramos una serie de pautas de apropiación y consumo recurrentes vinculadas a una matriz de gestación cultural históricamente situada de la cual se desprenden las formas específicas que cobran estas experiencias.

¿Cuál son entonces las condiciones de posibilidad del surgimiento de las prácticas que conforman la “contraescena” y particularmente la producción y uso de banderas? La desactivación del complejo que sostenía a la cultura del trabajo, habilita el surgimiento de lo que Miguez y Semán (2006: 31-32) identifican como “una matriz de gestación cultural del pos trabajo”, donde el tipo de trayectorias sociales que se describen distan de ser las establecidas como legítimas décadas atrás. En este marco, la proliferación de “inversiones estéticas improductivas”, como entendemos que son las inversiones puestas en juego en la producción de banderas, adquiere nuevos sentidos, al vincularse a “la reivindicación o, si se nos permite, la relegitimación de prácticas y estilos de vida tradicionalmente condenables en lo cultura del trabajo”.

En la objetivación de las cualidades en cuanto seguidor-productor de banderas, se exhiben competencias y saberes específicos: tanto aquellos puestos en juego en la particular técnica de producción (por agregación) que se utiliza en las banderas, como los modos correctos de usarla, hacerla circular, colgarla (“bien”), exponerla, transportarla, remendarla. Así, pintar, cocer, dibujar, llevar, colgar, exponer y comentar la bandera con pares, son actividades que sus productores realizan con cierto orgullo y que dan cuenta de un “esfuerzo objetivado”, en suma, el cruce complejo que la crisis de la cultura del trabajo habilita, entre una expansión del “tiempo libre” y una actividad que implica trabajo, mas allá de la pérdida del *empleo*, aunque asume valores tradicionalmente asociados con este, como los de *esfuerzo* y *sacrificio* (Miguez y Semán, 2006). La suma de esta situación, muestra como en torno a la práctica de producción y exhibición de banderas, se constituye un capital simbólico que en este contexto, juega positivamente, en relación a la legitimidad que cobran el tipo de trayectorias sociales asociadas con los formatos culturales del postrabajo.

Por otra parte, las formas de sociabilización que se despliegan en las distintas escenas en torno al uso de banderas se inscriben *en* el uso particular que se hace de estas nuevas tecnologías y se conecta con una novedosa lógica de apropiación del espacio público. El papel de las nuevas tecnologías da cuenta de la posibilidad de hacer un uso activo y

descentrado de estas, para intervenir realizando “manifestaciones más allá de lo privado”, a través de una movilización de esa experiencia que se intenta reactualizar la filiación a la comunidad de pertenencia.

En todo caso, los nuevos usos de los medios no pueden escindirse de las transformaciones en las formas de apropiación y percepción del espacio público; así como tampoco pueden desligarse del tipo de sociabilidad de la que se da cuenta con la descripción de la práctica del uso y elaboración de banderas, en su relación con la trama de narratividades y la red de solidaridades barriales en que está anclada. Los usos de los medios están en relación con una red de inscripción territorial, pero a la vez operan en nuevo sentido, posibilitando una nueva trama de sociabilidades que articulan lo barrial conformando una *comunidad de pertenencia* que excede las solidaridades estrictamente locales. Entre la web y el barrio, entre la trama de solidaridades barriales y la red de relaciones web, se instituye una *diferencia* que, en tanto tal, reclama ser pensada en su positividad. Es en ese *entre*, que es también un cruce, donde se percibe la emergencia de nuevas subjetividades en toda su complejidad.

Tal vez la particularidad del banderazo es que se inscribe sobre un repertorio de la manifestación política en Argentina, pero lo hace en base a una matriz que combina la disrupción del orden público, con una experiencia particular que incorpora el aspecto festivo o carnavalesco a su presencia pública. Y llegados a este punto cabe la pregunta, ¿Es acaso que la conformación de un piso mínimo de movilización social, emergente de los sucesos de diciembre de 2001 como operadores en la “memoria colectiva” de los actores, interviene, no solo en las formas más obvias de movilización política, sino también de manera compleja en las prácticas culturales?

BIBLIOGRAFÍA Y FUENTES

- Alabarces, P., Salerno, D., Silba y M. Spataro, C.; (2008) “Música popular y resistencia: los significados del rock y la cumbia”, en: P. Alabarces y M. G. Rodríguez, (comp.), *Resistencias y mediaciones. Estudios sobre cultura popular*, Paidós, Bs. As.
- Aliano, N., *et al.* (2009), “Banderas en tu corazón”: narrativas e identificaciones sociales en los seguidores de “Patricio Rey y sus Redonditos de Ricota”, ponencia aceptada en el XXVII Congreso ALAS, Bs. As.

- Benedetti, C. (2008), “El rock de los desangelados. Música, sectores populares y procesos de consumo”, *Revista Transcultural de Música* N° 12, www.sibetrans.com/trans
- Garriga Zucal, J., y Salerno, D.; (2008) “Estadios, hinchas y rockeros: variaciones sobre el *aguante*”, en: P. Alabarces y M. G. Rodríguez, (comp.), *Resistencias y mediaciones. Estudios sobre cultura popular*, Paidós, Buenos Aires.
- Garriga Zucal, José; (2008a) *Ni “chetos”, ni “negros”: roqueros*, En: Trans Revista Cultural de Música, número 12, Sociedad de Etnomusicología, Barcelona.
- Grignon, C. y Passeron J-C; (1992). *Lo culto y lo popular: miserabilismo y populismo en la sociología y en literatura*, Nueva Visión, Buenos. Aires.
- Merklen, Denis; (2005) *Pobres ciudadanos. Las clases populares en la era democrática (Argentina, 1983- 2003)*, Ed. Gorla, Buenos Aires.
- Míguez, D. (2006), “Estilos musicales y estamentos sociales. Cumbia, villa y transgresión en la periferia de Buenos Aires”, en: D. Míguez y P. Semán (eds.), *Entre santos, cumbias y piquetes*, Biblos, Bs As.
- Míguez, D. y Semán, P. (2006), “Diversidad y recurrencia en las culturas populares actuales”, en: D. Míguez y P. Semán (eds.), *Entre santos, cumbias y piquetes. Las culturas populares en la Argentina reciente*, Biblos, Bs. As.
- Salerno, D. y Silba, M. (2006), “Juventud, identidad y experiencia: las construcciones identitarias populares urbanas”, *Revista Question* N° 10, La Plata.
- Semán, P. (2006), “El pentecostalismo y el ‘rock chabón’ en la transformación de la cultura popular”, en: D. Míguez y P. Semán (eds.), *Entre santos, cumbias y piquetes. Las culturas populares en la Argentina reciente*, Biblos, Bs. As.
- ____ (2005), “Vida apogeo y tormentos del ‘rock chabón’”, *Pensamiento de los confines*, N° 17.
- ____ (2008), “La música y los jóvenes de los sectores populares: mas allá de las ‘tribus’”, *Revista Transcultural de Música*, N° 12
- ____ (2006b) *Bajo Continuo. Exploraciones descentradas sobre cultura popular y masiva*, Ed. Gorla, Buenos Aires
- Semán, P. y Vila, P. (1999), “Rock chabón e identidad juvenil en la Argentina neo-liberal”, en: D. Filmus, *Los 90. Política, sociedad y cultura en América Latina y Argentina en fin de siglo*, Eudeba, Bs. As.

- Semán, P. y Vila, P.; (1999) "Rock chabón e identidad juvenil en la Argentina neo-liberal", en: D. Filmus, *Los 90. Política, sociedad y cultura en América Latina y Argentina en fin de siglo*, FLACSO-Eudeba, Buenos Aires.
- Semán, P., Vila, P. y Benedetti, C.; (2004) "Neoliberalism and Rock in the Popular Sector of Contemporary Argentina," Pp. 261-289, en: D. Pacini Hernandez, H. Fernández L'Hoeste y E. Zolov (ed.), *Rockin' Las Americas: The Global Politics of Rock in Latin/o America*, University of Pittsburgh Press, Pittsburgh, PA.
- Semán, Pablo; (2006a) "El pentecostalismo y el "rock chabón" en la transformación de la cultura popular", en: Míguez, D. y Semán, P. (eds.), *Entre santos, cumbias y piquetes. Las culturas populares en la Argentina reciente*, Biblos, Buenos Aires.
- Svampa, M., y Pereyra, S.; (2004) *Entre la ruta y el barrio. La experiencia de las organizaciones piqueteras*, Biblos, Buenos Aires.**
- Tassara, Mabel; (2002) "Mundo digital y cotidianidad", ponencia presentada en el Congreso de la Federación Latinoamericana de Semiótica: *Semióticas de la Vida Cotidiana*, Bs. As. En: <http://www.catedrasteimberg.com.ar/publicaciones/index.php>
- Vila, P. (1996), "Identidades narrativas y música. Una primera propuesta para entender sus relaciones", Revista Transcultural de Música, N° 2, www.sibetrans.com/trans.
- Yúdice, George; (2007) *Nuevas tecnologías, música y experiencia*, Gedisa, Barcelona.

Páginas web:

- www.mundoredondo.com.ar 08/03/2009
- Elrockdemivida.com 08/03/2009
- www.actiweb.es /poesia_de_ricota 08/03/2009